



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DI FAMILYNET KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

YANDI WAHYUDI
NIM. 11671101333

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2020



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YANDI WAHYUDI
 NIM : 11671101333
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DI
 FAMILYNET KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU.
 TANGGAL UJIAN : 10 NOVEMBER 2020

PANITIA PENGUJI

KETUA

FAKHRURROZI. SE. MM
NIP.19670725 200003 1 002

MENGETAHUI:

PENGUJI I

RIKI HANRI MALAU. SE. MM
NIP. 19710124 200701 1 020

PENGUJI II

NURRAHMI HAYANI. SE. MBA
NIP. 19830324 201503 2 003




1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

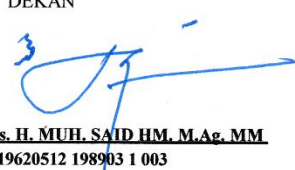
NAMA : YANDI WAHYUDI
 NIM : 11671101333
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DI FAMILYNET KECAMATAN
 TAMPAN PEKANBARU

DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING



M. RACHMADI SE. MM
 NIK. 130 717 111

MENGETAHUI

DEKAN


Dr. Drs. H. MUH. SA'ID HM. M.Ag. MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN


FAKHRURROZI SE. MM
 NIP. 19670725 200003 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA FAMILYNET KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU

YANDI WAHYUDI
NIM : 11671101333

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa pada FamilyNet Kecamatan Tampar Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di warnet FamilyNet Kecamatan Tampar Pekanbaru yang berada di Jl. Bulu Cina Pekanbaru-Riau. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner 100 orang responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Adapun hasil penelitian ini kualitas layanan dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada FamilyNet kecamatan tampar pekanbaru. Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 67,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas layanan dan lokasi, sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas layanan, lokasi dan keputusan pembelian.

UIN SUSKA RIAU



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis hanturkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk mengikuti ujian akhir Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit rintangan yang penulis hadapi, baik dari segi materi maupun nonmateri. Akhirnya, dengan segala perjuangan dan kerja keras serta semangat yang berkobar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA FAMILYNET KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan baik dari segi bentuk, susunan, tata bahasa, maupun dalam bentuk nilai ilmiahnya, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih sempurna di masa yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik moril maupun materi. Selain itu, banyak sekali curahan pikiran dan motivasi yang penulis dapatkan demi kesempurnaan tugas berharga ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

1. Teristimewa buat Ibunda tercinta “Nelawati” dan almarhum Ayahanda Tercinta “Ahmad Nur” yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta selalu memberkati penulis dengan doa mulai dari menjalankan perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Dengan kasih sayang yang tulus ikhlas serta memberikan bantuan material, spiritual, dan moral yang tak akan dapat penulis balas, selain berdoa kepada Allah SWT agar ibunda senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT dan ayahahanda ditempatkan di surga firdaus ALLAH SWT. Terima kasih banyak buat Kakak tercinta “Reni Susanti S.Pd”, Abang Tercinta “Beni Syaputra”, Adik tersayang “Silvi Andriani dan Ahmad Yazid AZ-Zikri” yang telah banyak memberikan motivasi dan Do’anya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Bapak Dr. Dr H. Muh. Said HM. M,Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Fakhurrozi, SE,MM selaku ketua jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Astuti Melinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak M.Rachmadi,SE,MM sebagai pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis mulai dari penyusunan proposal hingga pembuatan skripsi.

7. Direktur FamilyNet kecamatan tampan Pekanbaru “M. Abduh Al Hanif S.Pd” yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

8. Kepada keluarga besar “Asmaniar dan Abu bakar” yang telah banyak memberikan motivasi dan materi kepada penulis selama perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Kakak tersayang “Syintia Humairo Muzakir S.Pd” dan adik tersayang “Sri Kurniati Yuzar” yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.

10. Kepada kawan-kawan alumni asrama Abu Bakar “Alpian Harahap S.P, Ismail Soleh Harahap A.Md, Amirul Hudana S.E, Riski berkah S.H, Dasri S.E”, yang telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini.

11. Seluruh Teman-teman KKN Desa Tanjung Leban 2019 yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

12. Seluruh teman-teman lokal B S1 Manajemen angkatan 2016 dan seluruh teman-teman lokal A konsentrasi Pemasaran angkatan 2016. Terimakasih atas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebersamaannya selama perkuliahan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis selama ini.

14. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisa skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih untuk segala dukungan, kebaikan dan bantuan semuanya kepada penulis.

Akhir kata kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Amin Ya Rabbal Alamin.

Pekanbaru, Agustus 2020

Penulis,

YANDI WAHYUDI
NIM: 11671101333

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Rencana Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Konsep Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa	12
2.1.2 Karakteristik dan Sifat Jasa	13
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	14
2.1.4 Prilaku Komsumen	19
2.1.5 Keputusan Pemakaian Jasa	21
2.1.6 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Kualitas Layanan	30
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	30
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan	30
2.2.3 Faktor-faktor penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	33
2.3 Lokasi	36
2.4 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.5 Penelitian Terdahulu	42
2.6 Kerangka Pemikiran	45
2.7 Konsep Operasional Variabel	45



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Lokasi Penelitian	49
3.2 Jenis Sumber Data	49
3.3 Teknik pengumpulan data	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Analisis Data	51
3.6 Uji Kualitas Data	52
3.6.1 Uji Reabilitas.....	52
3.6.2 Uji validitas	53
3.7 Uji Asumsi Klasik	53
3.7.1 Uji Normalitas.....	53
3.7.2 Uji Autokorelasi.....	54
3.7.3 Uji Multikolonieritas.....	54
3.7.4 Uji Heterokedastisitas	55
3.8 Analisis Linear Berganda	55
3.9 Uji Hipotesis.....	56
3.9.1 Uji T	56
3.9.2 Uji F	57
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV	59
4.1 Sejarah Perusahaan <i>FamilyNet</i> Kecamatan Tampan Pekanbaru	59
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	61
4.2.1 Visi Perusahaan.....	61
4.2.2 Misi Perusahaan.....	61
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	61
4.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi	62
BAB V	64
5.1 Karakteristik Responden	64
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	64



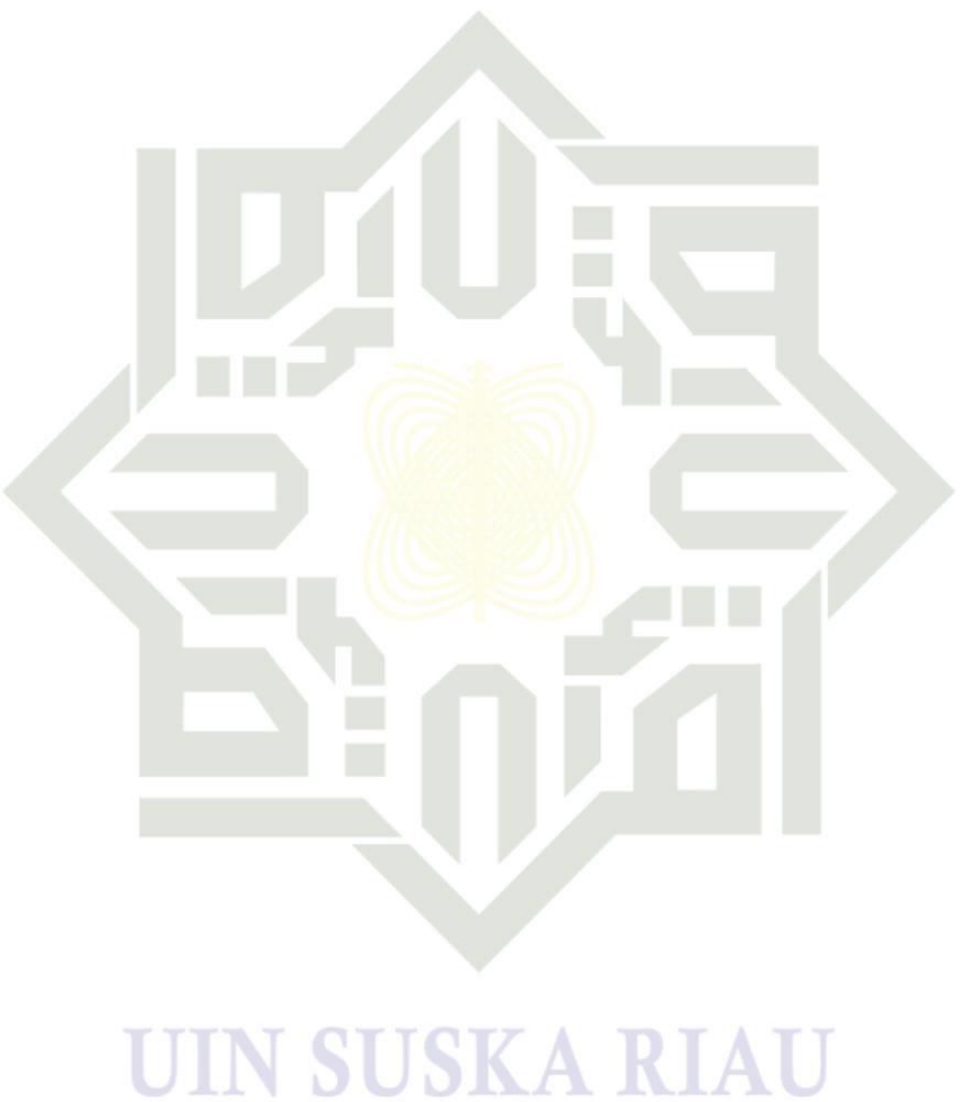
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
5.1.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65
5.1.4	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
5.2	Deskripsi Variabel	67
5.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	67
5.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Lokasi.....	70
5.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	72
5.2.4	Jumlah rekapitulasi variabel X1 dan X2 terhadap Y	74
5.3	Uji Kualitas Instrumen Penelitian	74
5.3.1	Uji Validitas	74
5.3.2	Uji Reliabilitas	77
5.4	Uji Asumsi Klasik	78
5.4.1	Uji Normalitas	78
5.4.2	Uji Multikolinieritas.....	80
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	81
5.4.4	Uji Autokorelasi	82
5.5	Analisis Data Penelitian	83
5.5.1	Regresi Linier Berganda	83
5.6	Uji Hipotesis.....	85
5.6.1	Uji Secara Parsial (Uji T).....	85
5.6.2	Uji Secara Silmultan (Uji F)	87
5.6.3	Koefisien Determinasi.....	88
5.7	Pembahasan	89
5.7.1	Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian	89
5.7.2	Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian	90
5.7.3	Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keptusan pembelian....	91
BAB VI	92
6.1	Kesimpulan.....	92
6.2	Saran	92



DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Daftar harga <i>FamiyNet</i>	7
Tabel 1.2	Data Pelanggan Dan Pendapatan <i>Famiynet</i>	7
Tabel 1.3	Data Pelanggan <i>Saidinet</i>	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	42
Tabel 2.2	Operasional Variabel.....	45
Tabel 5.1	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 5.3	jumlah responden berdasarkan pendidikan	65
Tabel 5.4	jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan	66
Tabel 5.5	rekapitulasi tanggapan responden kualitas layanan	67
Tabel 5.6	rekapitulasi tanggapan responden lokasi	70
Tabel 5.7	rekapitulasi tanggapan responden keputusan pembelian	72
Tabel 5.8	jumlah rekapitulasi variabel	73
Tabel 5.9	uji validitas	74
Tabel 5.10	uji reabilitas	76
Tabel 5.11	uji multikolineritas	79
Tabel 5.12	uji autokorelasi	81
Tabel 5.13	uji regresi linier berganda.....	82
Tabel 5.14	uji T Hitung	84
Tabel 5.15	uji F Hitung	86
Tabel 5.16	uji koefisien determinasi	87

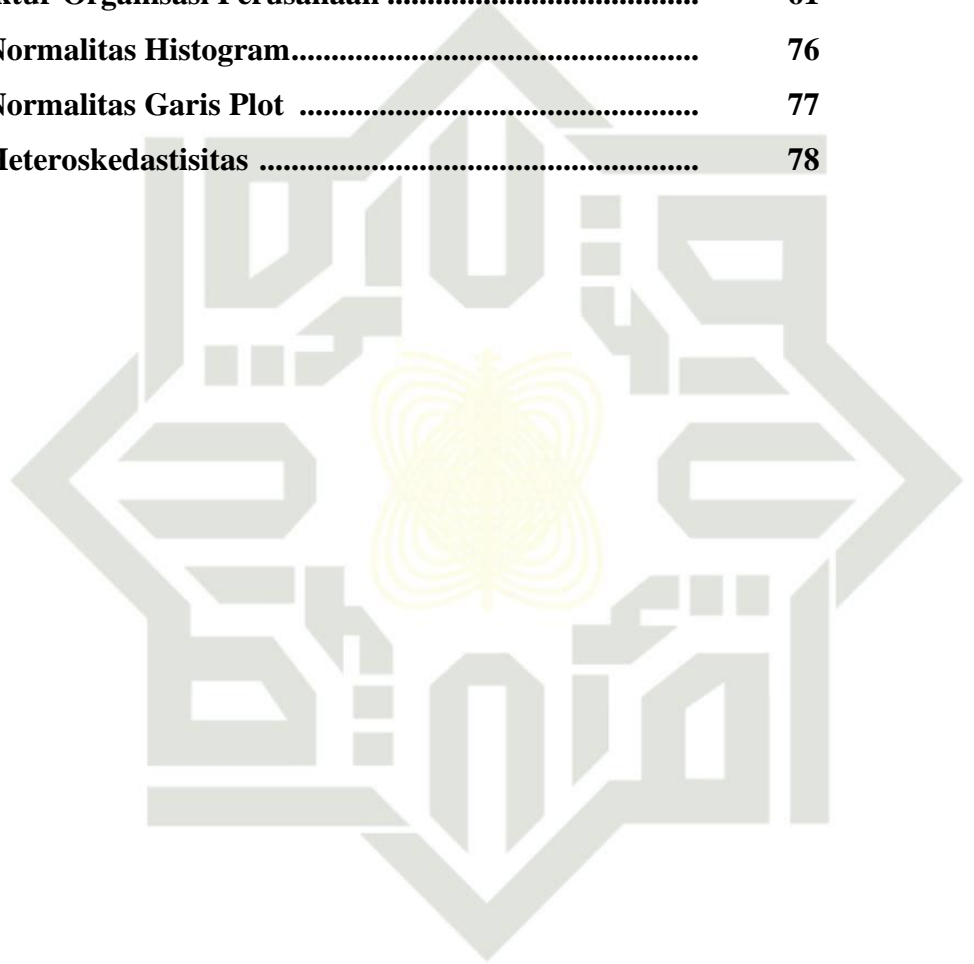


Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.2 Skema Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	61
Gambar 5.1 Uji Normalitas Histogram.....	76
Gambar 5.2 Uji Normalitas Garis Plot	77
Gambar 5,3 Uji Heteroskedastisitas	78



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, secara tidak langsung akan memengaruhi pola hidup masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Kebutuhan informasi yang semakin cepat dan juga komunikasi secara global telah mendorong terjadinya persaingan yang kompetitif antar perusahaan dalam upaya menguasai pasar. Begitu pula dengan persaingan perusahaan-perusahaan penyedia layanan internet dalam perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Dituntut untuk mampu memberikan layanan yang terbaik bagi konsumen dalam segala hal.

Internet (*Interconnected Network*) adalah sebuah sistem jaringan komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer hingga jaringan-jaringan komputer dalam sebuah sistem jaringan komputer mencakup seluruh dunia (**Ghazali, 2010: 59**).

Fungsi Internet antara lain *browsing, chatting, gaming, searching*, dan banyak hal lainnya hingga berkirim surat lewat e-mail dan transaksi-transaksi bisnis dan jual beli secara *online*. Layanan internet semakin mudah diakses oleh siapa saja dan dimana saja berada. Baik menggunakan PC (*Personal Computer*), *Notebook*, ataupun *handphone* sekalipun (**Ghazali, 2010: 60**).

Menurut **Henri**, Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII),

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. survei ini melibatkan 5.900 sampel dengan *margin of error* 1,28 persen. Data lapangan ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Angka ini meningkat dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,86 persen. (<https://tekno.kompas.com>)

Salah satu daerah pengguna internet di indonesia adalah Provinsi Riau. Provinsi Riau memiliki Jumlah penduduk pada tahun 2018 adalah 6.814.909 juta jiwa dengan persentase jumlah pengguna internet sebesar 1,3% dari seluruh wilayah yang ada di Indonesia. Salah satu daerah di provinsi riau adalah pekanbaru. (<https://riau.bps.go.id>)

Pekanbaru merupakan ibu kota provinsi riau yang memiliki banyak perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Salah satunya UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU yang ada di kecamatan Tampan. Salah satu media akses informasi yang banyak gunakan mahasiswa UIN adalah warnet (warung internet). Warnat merupakan sebuah tempat yang menyediakan akses infrastruktur internet dengan berbagai koneksi dan computer sebagai perangkat akses sehingga pengguna bisa mengakses internet dan memperoleh layanan di bidang teknologi informasi (Nugroho,dkk:1). Salah satu warnet yang sering di kunjungi mahasiswa UIN adalah *FamilyNet*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FamilyNet adalah salah satu dari beberapa penyedia layanan jasa internet yang ada di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Dengan adanya persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan-perusahaan tersebut. Para pelaku bisnis warnet akan selalu melakukan inovasi sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa layanan perusahaan mereka.

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh adalah penyediaan data *center file multimedia*, yaitu kumpulan file musik, film, *software* dan *game* yang bisa diakses dan di *copy* oleh pelanggan melalui komputer klien. Mengingat file-file tersebut memiliki ukuran yang cukup besar, dan memakan waktu dalam proses *download*, serta membutuhkan kuota internet yang besar pula, maka pemilik *FamilyNet* berinisiatif untuk menyediakan file-file tersebut untuk di *share* kepada pelanggan yang melakukan *log-in billing* di komputer klien *FamilyNet*. Didukung juga dengan fasilitas komputer yang memadai, tempat ibadah sholat, toilet, area tunggu, penjaga parkir motor, dan layanan operator yang kompeten. *FamilyNet* juga menyediakan beraneka macam makanan ringan dan minuman.

FamilyNet sudah 8 tahun berdiri terhitung dari tahun 2012 sampai 2020, hal ini menyebabkan *FamilyNet* sudah di kenal luas di kalangan konsumen peminat filem sebagai satu-satunya warnet yang memiliki koleksi filem terlengkap dan terbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagai penyedia jasa internet satu-satunya penyedia flem yang lengkap *FamilyNet* memiliki harga yang cukup tinggi yaitu 1 jam Rp. 4.000 (empat ribu rupiah) di bandingkan dengan warnet lainnya yaitu 1 jam 3.000 (tiga ribu rupiah) *FamilyNet* tetap banyak peminatnya. Hal ini menyebabkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *FamilyNet*.

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Keputusan pemakaian jasa adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen sehubungan dengan kebutuhannya. Perasaan puas atau tidak puas konsumen setelah melakukan pemakaian jasa akan berpengaruh terhadap pembelian ulang dan loyalitas dari pelanggan. Keputusan yang dilakukan konsumen dalam pemakaian jasa dipengaruhi oleh hasil pengetahuan yang didapat dan berbagai faktor, sehingga keputusan pemakaian jasa merupakan hal yang kompleks karena meliputi berbagai aspek. Komponen kualitas pelayanan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas jasa dipengaruhi dua hal, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan para pelanggan menjadi tidak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertarik pada penyedia jasa akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived > expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. (Tjiptono (2014:180). Penentuan lokasi mempunyai peran penting dalam membangun keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (345: 2014) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan *FamilyNet*. Lokasi di mulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama. Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar (Tyas, dkk:285. 2012). Berikut adalah data harga, pengunjung dan pendapatan *FamilyNet* dalam 3 (tiga) tahun terakhir:

Tabel 1.1 Daftar harga *FamilyNet* 2019

No	Paket	Harga
1	Reguler (per 15 menit)	Rp. 1.000
2	1 Jam	Rp. 4.000
3	2 Jam	Rp. 7.000
4	3 Jam	Rp. 10.000

Sumber: direktur FamilyNet 2019

Dilihat dari table 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa harga di *FamilyNet* tidaklah sama setiap jam nya. Mulai dari paket regular 15 menit dengan harga Rp. 1000, lalu paket 1 jam Rp. 4.000, paket 2 jam Rp. 7.000 dan terakhir paket 3 Jam Rp. 10.000. ini merupakan salah satu strategi harga yang di terapkan oleh *FamilyNet*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 1.2 Data Pelanggan dan Pendapatan *FamilyNet* dari tahun 2017-

No	Tahun	Pelanggan	Pendapatan
1	2017	77.177	Rp. 300.725.000
2	2018	68.115	Rp. 272.475.000
3	2019	51.353	Rp. 204.975.000

Sumber: direktur *FamilyNet* 2019

Dilihat dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pada setiap tahunnya jumlah pelanggan dan pendapatan yang terjadi pada *FamilyNet* mengalami penurunan. Pada tahun 2017 pelanggan sebanyak 77.177 dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 300.725.000, pada tahun 2018 pelanggan mengalami penurunan menjadi 68.115 dan pendapatan sebesar Rp. 272.475.000, dan terakhir pada tahun 2019 penjualan di *FamilyNet* mengalami penurunan lagi menjadi 51.353 dan pendapatan sebesar Rp. 204.975.00. Salah satu faktor penyebab penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan di *FamilyNet* adalah dengan adanya pesaingan yang terjadi di daerah tersebut.

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. *SaidiNet* adalah perusahaan jasa warnat satu-satunya yang menjadi pesaing *FamilyNet* di kawasan Kecamatan Tampan Pekanbaru. *SaidiNet* memiliki jumlah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2019

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komputer 14 (empat belas) unit yang terdiri dari merek Acer dan Lenovo. SaidiNet berfokus kepada layanan di jasa seperti *install laptop, scanner, daftar online*, dan *editing*. Berikut jumlah pelanggan SaidiNet dalam 3 (tiga) tahun terakhir.

Tabel 1.3 Data Pelanggan SaidiNet dari tahun 2017-2019

No	Tahun	Pelanggan
1	2017	29.734
2	2018	18.101
3	2019	13.432

Sember: direktur SaidiNet 2019

Dilihat dari tabel 1.3 diatas dapat disimpulkan bahwa pada setiap tahunnya jumlah pelanggan SaidiNet mengalami penurunan. Pada tahun 2017 pelanggan sebanyak 29.734 pada tahun 2018 pelanggan mengalami penurunan menjadi 18.101, dan terakhir pada tahun 2019 pelanggan di SaidiNet mengalami penurunan lagi menjadi 13.432. Baik itu FamilyNet maupun SaidiNet sama-sama mengalami jumlah pelanggan dalam setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah pendapatan dan pelanggan FamilyNet Pekanbaru mengalami penurunan dalam setiap tahunnya. Maka peneliti tertarik untuk meneliti **Pengaruh**



Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di FamilyNet Kecamatan Tampan Pekanbaru.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *FamilyNet* di daerah kecamatan tampan pekanbaru?

Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *FamilyNet* di daerah kecamatan tampan pekanbaru?

Apakah kualitas layanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *FamilyNet* di daerah kecamatan tampan pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh keputusan pembelian konsumen di *FamilyNet* kecamatan tampan pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *FamilyNet* kecamatan tampan pekanbaru.
3. Apakah kualitas layanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *FamilyNet* kecamatan tampan pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi di *FamilyNet* kecamatan tampan pekanbaru.

1. Bagi Penulis

Untuk memenuhi syarat tugas akhir S1, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian jasa di *FamilyNet* pekanbaru. Melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi serta dapat diambil manfaatnya untuk kehidupan sehari-hari.

2. Bagi pemilik perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan bisnisnya, sehingga dapat terus berinovasi dalam upaya memberikan pelayanan yang lebih baik untuk konsumen. Serta untuk mengetahui kekurangan dari perusahaan tersebut sebagai evaluasi agar dapat memperbaiki pelayanan yang diberikan untuk konsumen.

3. Bagi pihak lain

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk rekan-rekan yang membutuhkan untuk penelitian selanjutnya dengan tema dan objek tugas akhir yang sama.

1.5 Rencana Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam 6 (enam) bab seperti yang diuraikan dalam sistematika penulisan berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan proposal.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yaitu: kepuasan konsumen, sehingga dapat mengemukakan suatu hipotesis dan variabel penelitian.



BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini diuraikan secara singkat tentang sejarah, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di *FamilyNet* Kecamatan Tapan Pekanbaru.

BAB VI : PENUTUP

Bagian akhir ini terdiri dari kesimpulan dan Saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Konsep Pemasaran

1.1 Pengertian Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah setiap tindakan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. (Tjiptono, 2014).

Pemasaran jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak dapat mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Berdasarkan definisi di atas, maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Dalam strategi pemasaran definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen (Aditya:10, 2012)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Karakteristik dan Sifat Jasa

1. *Intangible* (tidak berwujud) Hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga produk jasa tersebut.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan atau orang yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut, sehingga penjualan jasa lebih diutamakan untuk penjualan langsung dengan skala operasi terbatas.
3. *Variability* (bervariasi) Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyediakannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut disampaikan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar.
4. *Perishability* (tidak tahan lama) Jasa tidak dapat disimpan atau mudah hilang sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah hilang ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan

berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya (Aditya:11, 2012)

1.3 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan seperangkat alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses.

1. Konsep bauran pemasaran dipopulerkan pertama kali beberapa dekade yang lalu oleh Jerome McCarthy yang merumuskan menjadi 4P (*Product, Price, Promotion* dan *place*). Sementara untuk jasa, keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli menambahkan tiga unsur lagi, yaitu sumber daya manusia (SDM), proses, dan layanan pelanggan.

a. Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer*". Utamanya, pada produk jasa, tidak muncul peralihan kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yang dimaksud dalam pembahasan produk jasa disini adalah total produk. Konsep tersebut dikenal sebagai konsep total produk terdiri atas:

1. Produk inti (*core product*), merupakan fungsi inti dari produk tersebut.
 2. Produk yang diharapkan (*expected product*)
 3. Produk tambahan (*augmented product*)
 4. Produk potensial (*potential product*)
- b. Harga

Penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan memengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.

Faktor yang mempengaruhi penentuan harga:

1. Penentu posisi jasa
2. Sasaran perusahaan
3. Tingkat kompetisi
4. PLC dari jasa
5. Elastisitas permintaan
6. Struktur biaya
7. Sumber daya yang digunakan
8. Kondisi ekonomi umum
9. Kapasitas jasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. lokasi

lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, atau dengan kata lainnya strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat.

d. Promosi

Hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotional mix*), dimana terdiri atas:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Penjualan perseorangan (*personal selling*)
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
4. Hubungan masyarakat (*humas-public relation*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

6. Surat langsung (*direc mail*)

e. Sumber daya manusia (SDM)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat memengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Tujuannya untuk mendorong kinerja SDM dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.

f. Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas yang umunya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya di mana jasa dihasilkan disampaikan kepada konsumen.

g. Layanan pelanggan

Layanan pelanggan meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pascatransaksi. Strategi layanan pelanggan mencakup hal-hal berikut:

1. Identifikasi misi jasa
2. Penentuan sasaran dari layanan pelanggan
3. Perumusan strategi layanan pelanggan

4. Implementasi.

2. Segmentasi, Targeting dan Positioning Sesuai dengan namanya, prosedur segmentasi, Targeting dan Positioning (STP) secara rinci meliputi tiga tahap pokok, yaitu:

A. Segmentasi

- 1) Mensegmen pasar menggunakan variabel-variabel permintaan, seperti kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, manfaat yang dicari (*benefits sought*), solusi atas masalah yang dihadapi, situasi pemakaian dan lain-lain.
- 2) Mendeskripsikan segmen pasar yang diidentifikasi menggunakan variabel-variabel yang bisa membantu perusahaan memahami cara melayani kebutuhan pelanggan tersebut.

B. Targeting

- 1) Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen menggunakan variabel-variabel mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen, biaya melayani setiap segmen, biaya memproduksi produk dan jasa yang diinginkan pelanggan dan kesesuaian antara kompetensi inti perusahaan dan peluang pasar.
- 2) Memilih satu atau lebih segmen sasaran yang ingin dilayani berdasarkan potensi laba segmen tersebut dan kesesuaian dengan strategi korporat perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Positioning

Mengidentifikasi konsep positioning bagi produk dan jasa perusahaan yang atraktif bagi pelanggan sasaran dan kopatibel dengan citra korporat yang diharapkan perusahaan (**Rambat Lupiyoadi, 2014: 92**).

3.1.4 Perilaku Konsumen

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya dibidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen.

perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (**Ghazali, 2010: 67**).

Perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses mereka untuk memilih, menggunakan, mengamankan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide yang memuaskan kebutuhan dan memberikan dampak terhadap proses konsumen dan kelompok (**Mothersbaugh and Hawkins, 2014: 11**)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memahami perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka berterus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara lebih mendalam. Sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi para pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanannya, dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran. (Nugroho J. Setiadi, 2010).

Dari definisi diatas terdapat tiga ide penting, yaitu: (1) perilaku konsumen adalah dinamis; (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi manajemen pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar, dan industri.

Perilaku konsumen melibatkan pertukaran. Itu merupakan hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen, yaitu pertukaran antar individu. Hal ini membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran. Kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran (**Swastha dan Handoko, 2018: 9**).

2.1.5 Keputusan Pemakaian Jasa

Produk jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan (**Aditya, 2012: 19**).

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen yang akan terjadi jika keinginan konsumen untuk membeli suatu barang sudah bulat yang meliputi mengenai barang apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apan membeli, dimana membeli, bagaimana cara membayarnya, dan sebagainya. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk (**Kotler 2012**).

Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk atau jasa yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli (**Nurhaeni, 2014: 13**).

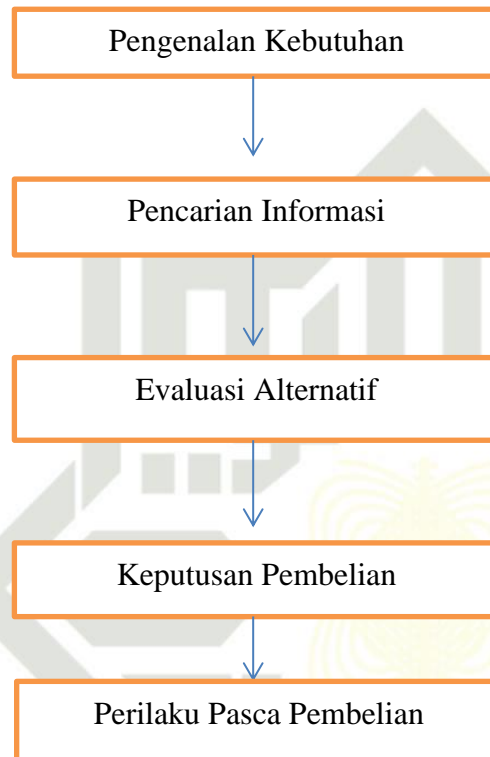
Ada tiga aktivitas yang berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen yaitu :

- a) Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- b) Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
- c) Komitmen atau loyalitas konsumen yang sudah biasa beli dengan produk pesaing.

Sebuah keputusan tidak mungkin dapat dibentuk begitu saja. Harus ada tahapan tahapan yang mendahului dalam proses pembuatan keputusan tersebut agar tidak terjadi penyesalan di kemudian hari. **Kotler dan Armstrong (2016)** mencatat terdapat beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian yang dilakukan seorang konsumen yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1**Tahap-tahap Pengambilan Keputusan**

Sumber: Kotler dan Armstrong 2016

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.

2. Pencarian Informasi

Sebuah proses lanjutan dari pengenalan masalah, dimana konsumen tersebut akan termotivasi untuk mencari informasi untuk menyelesaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

permasalahan yang sedang dihadapi. Proses pencarian informasi tersebut dapat berasal dari dalam memori (*internal*) maupun berdasarkan pengalaman orang lain (*eksternal*).

3. Evaluasi Alternatif

Proses mengevaluasi pilihan produk atau jasa dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya.

4. Keputusan Pembelian

Proses lanjutan dari evaluasi alternatif, dimana konsumen akan membuat keputusan pemakaian jasa atau keputusan pembelian suatu produk atau jasa yang diinginkan. Terkadang konsumen memerlukan waktu yang cukup lama sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk membeli karena adanya hal-hal yang masih perlu dipertimbangkan.

5. Perilaku Pasca-Pembelian

Proses setelah konsumen melakukan pembelian. Konsumen akan mengevaluasi apakah produk atau jasa tersebut sesuai kebutuhannya. Di dalam proses ini dapat terjadi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selanjutnya akan membeli atau menggunakan produk atau jasa kembali pada masayang akan datang. Sebaliknya, konsumen yang tidak merasa puas tidak akan membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut pada masa yang akan datang. (Kotler danArmstrong, 2016: 176).

Menurut Kotler (2016) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh:

1. Faktor budaya, yang terdiri dari:
 - a) Budaya, merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Membeli dan Perilaku Paska Pembelian
 - b) Sub-budaya, masing-masing budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggotanya.
 - c) Kelas sosial, adalah pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang sama.
2. Faktor Sosial
 - a) Kelompok acuan, yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
 - b) Keluarga, Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan manfaat atau keuntungan.

- c) Peran dan Status, dimana peran adalah kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang dan masing-masing peran tersebut menghasilkan status.
3. Faktor Pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup Individu

Dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda.

2) Pekerjaan

Pekerjaan individu tentunya ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

3) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup akan sangat mempengaruhi pola tindakan dan perilaku individu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Kepribadian Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4. Faktor Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

1) Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan yang lain bersifat psikogenis, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok.

2) Persepsi

Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Pembelajaran

Pembelajaran adalah suatu proses yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai *feedback* bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama.

4) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang pada sebuah obyek atau ide.

Peranan konsumen dalam keputusan pembelian, Menurut Swastha dan Handoko (2018) berpendapat bahwa lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu:

1. Pengambilan inisiatif (*initiator*) Individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu atau yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukan sendiri.
2. Orang yang mempengaruhi (*influencer*) individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pembuat keputusan (*decider*) individu yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya, kapan dan dimana membelinya.
4. Pembeli (*buyer*) individu yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
5. Pemakai (*user*) individu yang menikmati atau memakai produk atau jasa yang dibeli.

2.1.6 Indikator Keputusan Pembelian

Beberapa Indikator Keputusan Pembelian yaitu sebagai berikut (**Kotler, 2009) dalam Susanto (2013)**):

- a. Kemantapan pada sebuah produk atau jasa

Merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.

- b. Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa

Merupakan pengalaman orang terdekat (orang tua, saudara, sahabat) dalam menggunakan produk atau jasa.

- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Merupakan penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik untuk melakukan pembelian.

d. Melakukan pembelian ulang

Merupakan pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2.2 Kualitas Layanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas jasa dipengaruhi dua hal, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya ($perceived > expected$), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. (Tjiptono, 2014: 180).

2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan

Ada lima dimensi dalam analisis kualitas layanan, yaitu:

1. *Tangible* (bukti langsung) meliputi penampilan fisik, gedung, perlengkapan, penampilan pegawai, kelengkapan sarana komunikasi, materi promosi, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Keandalan meliputi penanganan konsumen, penyediaan pelayanan sesuai perjanjian, pelayanan yang tepat pertama kali, penanganan masalah konsumen, dan penyediaan pelayanan tepat waktu.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan, respon atau kesiapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi: kesiapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan konsumen, siap sedia menanggapi pertanyaan konsumen, penyampaian informasi saat pelayanan, dan kemauan untuk membantu konsumen.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
5. *Emphaty* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemampuan karyawan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkomunikasi dengan konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya (Winarto:109, 2017).

Sementara itu, (Tjiptono:69,2014) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan telah berhasil mengidentifikasi 10 faktor atau dimensi utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut meliputi:

a. *Reliability*, mencakup 2 pokok yaitu:

1. Konsistensi kerja (*Performance*)
2. Kemampuan untuk dipercaya (*Dependability*)

Dalam hal ini perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*) dan memenuhi janjinya. Misal menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

Competence, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut.

Access, yaitu meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- e. *Courtesy*, yaitu meliputi sikap sopan santun, *respect*, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact person* (seperti resepsionis, operator telepon dan lain-lain).
 - f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan para pelanggan.
 - g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, karakteristik pribadi, *contact person*, dan interaksi pelanggan.
 - h. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*Financial security*) dan kerahasiaan (*Confidentiality*).
 - i. *Understanding/Knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami pelanggan.
- Tangible*, yaitu bukti fisik dari jasa yang berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, dan representasi fisik dari jasa.

2.2.3 Faktor-faktor penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2014: 85) ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk, diantaranya adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik jasa yang paling penting adalah *inseparability*, yang artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan atau penumpang. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa, yang disebabkan karena tidak terampil dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, cemberut, dll.

- b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan tenaga kerja yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah dalam kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi disebabkan oleh tingkat upah dan pendidikan karyawan yang masih relatif rendah, kurangnya perhatian, dan tingkat kemahiran karyawan yang tinggi.

Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai

Karyawan *front line* merupakan ujung tombak dari sistem pemberian jasa. Supaya mereka dapat memberikan jasa yang efektif maka mereka perlu mendapatkan pemberdayaan dan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen sehingga nantinya mereka akan dapat mengendalikan dan menguasai cara melakukan pekerjaan, sadar dan konteks dimana pekerjaan dilaksanakan, bertanggung jawab atas output kinerja pribadi, bertanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi, keadilan dalam distribusi balas jasa berdasarkan kinerja dan kinerja kolektif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesenjangan komunikasi

Komunikasi merupakan faktor yang esensial dalam kontrak dengan karyawan. Jika terjadi gap dalam komunikasi, maka akan timbul penilaian dan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan. Kesenjangan komunikasi dalam pelayanan meliputi: memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhinya, kurang menyajikan informasi yang baru kepada pelanggan, pesan kurang dipahami pelanggan, dan kurang tanggapnya perusahaan terhadap keluhan pelanggan.

e. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama

Para pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam hal melakukan interaksi dengan pemberi jasa tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan atau jasa yang seragam. Sering terjadi pelanggan menuntut jasa yang bersifat personal dan berbeda dengan pelanggan yang lainnya, sehingga hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan agar dapat memahami kebutuhan pelanggan secara khusus.

Perluasan dan pengembangan pelayanan secara berlebihan

Memperkenalkan jasa baru untuk memperkaya jasa yang telah ada agar dapat menghindari adanya pelayanan yang buruk dan meningkatkan peluang pemasaran, kadang-kadang menimbulkan masalah di sekitar kualitas jasa dan hasil yang diperoleh tidak optimal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.3

Visi bisnis jangka pendek

Visi bisnis dalam jangka pendek dapat merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk dalam jangka panjang. Misal kebijakan suatu bank untuk menekan biaya dengan mengurangi jumlah teller yang menyebabkan semakin panjangnya antrian di bank tersebut.

Lokasi

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Menurut **Rambat Lupiyoadi (2014)** mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, atau dengan kata lainnya strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat.

Menurut **Tjiptono (2014: 345)** Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sekali lokasi dipilih, pemilik ritel harus menanggung semua konsekuensi dari pilihan tersebut. Sebagai contoh sebuah ritel makanan mempertimbangkan lokasi toko di area yang masih baru. Pemilik *FamillyNet* memilih dua tempat, bersebrangan dengan toko lain atau menempati lokasi yang benar-benar baru dengan tanpa pesaing toko makanan yang lain. Dalam membuat keputusan dalam pemilihan lokasi, seharusnya pemilik *FamillyNet* memikirkan dalam 3 tingkatan, yaitu daerah, area perdagangan, dan tempat yang lebih spesifik.

- a. Daerah merujuk pada suatu negara, bagian dari suatu negara, kota tertentu, atau *metropolitan statistical area* (MSA).
- b. Area perdagangan adalah area geografis yang berdekatan dan memiliki mayoritas pelanggan dan penjualan sebuah toko, mungkin bagian dari sebuah kota, atau dapat meluas di luar batas-batas kota tersebut, tergantung pada tipe-tipe toko, dan intensitas dari para pelanggan potensial di sekitarnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Tempat yang lebih spesifik dan khusus.

Dalam membuat keputusan-keputusan lokasi toko, para pemilik *FamilyNet* seharusnya menguji tiga tingkatan tersebut secara serempak dan terintegrasi. Dalam menguji ketiga keputusan lokasi secara berurutan, maka akan dijelaskan terlebih dahulu bagaimana

- d. Melihat faktor yang mempengaruhi daya tarik suatu area perdagangan tertentu.
- e. Menguji apa yang dicari pemilik *FamilyNet* dalam memilih tempat, seperti target penjualan yang harus dicapai, sehingga dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan beberapa metode peramalan (Utami, 2010: 141).

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalulintas, ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya keputusan pembelian dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing sejenis

Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan lain-lain (Aditya:23, 2012)

2.4 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam proses pengambilan keputusan ini di terangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum artinya bisa di terapkan pada sikap adil hal ini di sandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah merupakan pedoman bagi umat manusia didalam rangka segala aspek, termasuk bidang ekonomi khususnya dalam hal jual beli. Islam telah mengatur hal yang berhubungan dengan jual beli secara sempurna dan juga hukum-hukum jual beli yang jelas di dalamnya. Kegiatan ekonomi dalam pandangan islam merupakan tuntutan kehidupan dan memiliki nilai ibadah, segala hal yang mempunyai unsur merugikan bagi orang lain atau cara jual beli yang haram, Allah SWT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara tegas telah melarang dengan firmanNya dalam **surat An- Nissa Ayat 29**:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Arab-Latin: *Yā ayyuhallazīna āmanū lā ta`kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum raḥīmā*

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini menerangkan hukum jual beli secara umum, dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari’at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas.

Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Allah menerangkan semua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini, sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita. Didalam surah lain Allah SWT juga telah melarang umat islam untuk memakan riba didalam jual beli karena barang siapa memakan hasil riba, Allah akan memasukkan mereka ke neraka dan mereka akan kekal didalamnya. Hal ini telah dijelaskan Allah SWT Di dalam Firmannya dalam surat Al- Baqarah ayat 275 yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Arab-Latin: *Allazīna ya`kulunar-ribā lā yaqumūna illā kamā yaqumullazī yatakhabbatuhusy-syaiṭānu minal-mass, zālika bi`annahum qālū innamal-bai`u miṣlur-ribā, wa aḥallallāhul-bai'a wa ḥarramar-ribā, fa man jā`ahū mau'izatum mir rabbihī fantahā fa lahū mā salaf, wa amruhū ilallāh, wa man 'āda fa ulā'ika aṣ-ḥābun-nār, hum fīhā khālidūn*

Terjemah Arti: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari*

mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Sebagai umat islam kita sudah seharusnya untuk mengikuti segala perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Salah satunya dengan melakukan jual beli dengan jujur dan tidak merugikan orang lain serta menghindari riba.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Partua Pramana Hamonangan Sinaga (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)	X1=Kualitas Pelayanan X2=Kepuasan Pelanggan X3 = Lokasi Y=Loyalitas Pelanggan	Sama-sama menggunakan Variabel Independen (X1) (Kualitas Layanan) dan (X3) (Lokasi)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel Independen Kepuasan Pelanggan dan Dependent Loyalitas Pelanggan.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen Loyalitas Pelanggan.
2	Danny Aditya (2012)	Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet(Studi Pada Pengguna Warnet Bangjoe Jl. Simongan, Semarang)	X1 = Lokasi X2 = Promosi X3 = Kualitas Layanan Y = Keputusan Pembelian	Sama-sama menggunakan Variabel Independen (X1) (Lokasi) (X3) (Kualitas Layanan) dan Variabel Dependent (Y) (Keputusan Pembelian)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel independen (X2) (Promosi)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu lokasi (X1), promosi (X2) dan pelayanan (X3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3	M. Rizwar Ghazali	Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Membeli (Warnet (Warung Internet) Xyz Jl.Singosari, Kota Semarang).	X1 = Lokasi X2 = Promosi X3 = Kualitas Layanan Y = Keputusan Membeli	Sama-sama menggunakan Variabel Independen (X1) (Lokasi) (X3) (Kualitas Layanan) dan Dependen (Y) (Keputusan Pembelian)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel Independen (X2) (Promosi)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu lokasi (X1), promosi (X2) dan Kualitas Layanan (X3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
4	Ligia Goncalves Moniz Barreto	Analisis pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Pembelian memakai jasa warnet (Studi kasus pada pelanggan warnet satrianet babarsari)	X = Kualitas Jasa Y = Keputusan Pembelian	Sama-sama menggunakan Variabel Dependen (Y) (Keputusan Pembelian)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel independen (X1) (Kualitas Jasa)	Hasil menunjukkan pada penelitian ini bahwa variable independen Kualitas Jasa yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

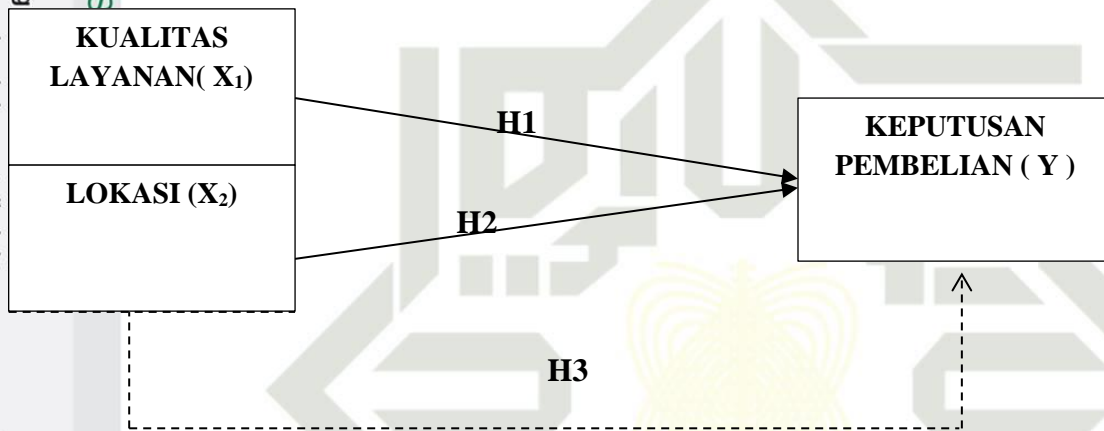
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka berfikir, berdasarkan pada teori –teori yang digunakan, maka peneliti membuat suatu konsep kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.2
kerangka pemikiran



Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini adalah pengaruh kualitas layanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) pada perusahaan *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.

2.7 Konsep Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

- Variabel bebas (*independent variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:
 - X_1 = Kualitas layanan
 - X_2 = lokasi
- Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi apa yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Table 2.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Kotler (2012)	1.Kemantapan pada sebuah produk atau jasa 2.Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa 3.Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang Kotler (2012)	Likert
2	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Layanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung) 2. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Liker

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

		keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Tjiptono:180,2014	4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati) Edy Haryanto,2013	
3	Lokasi (X3)	atau penyaluran barang dan jasa dari produsen berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian kepada konsumen. Tjiptono (2015)	1. akses 2. visibilitas 3. lalu lintas 4. tempat parkir 5. lingkungan 6. ekspansi 7. persaingan 8. peraturan pemerintah Tjiptono (2002)	Likert

2.3 Hipotesis

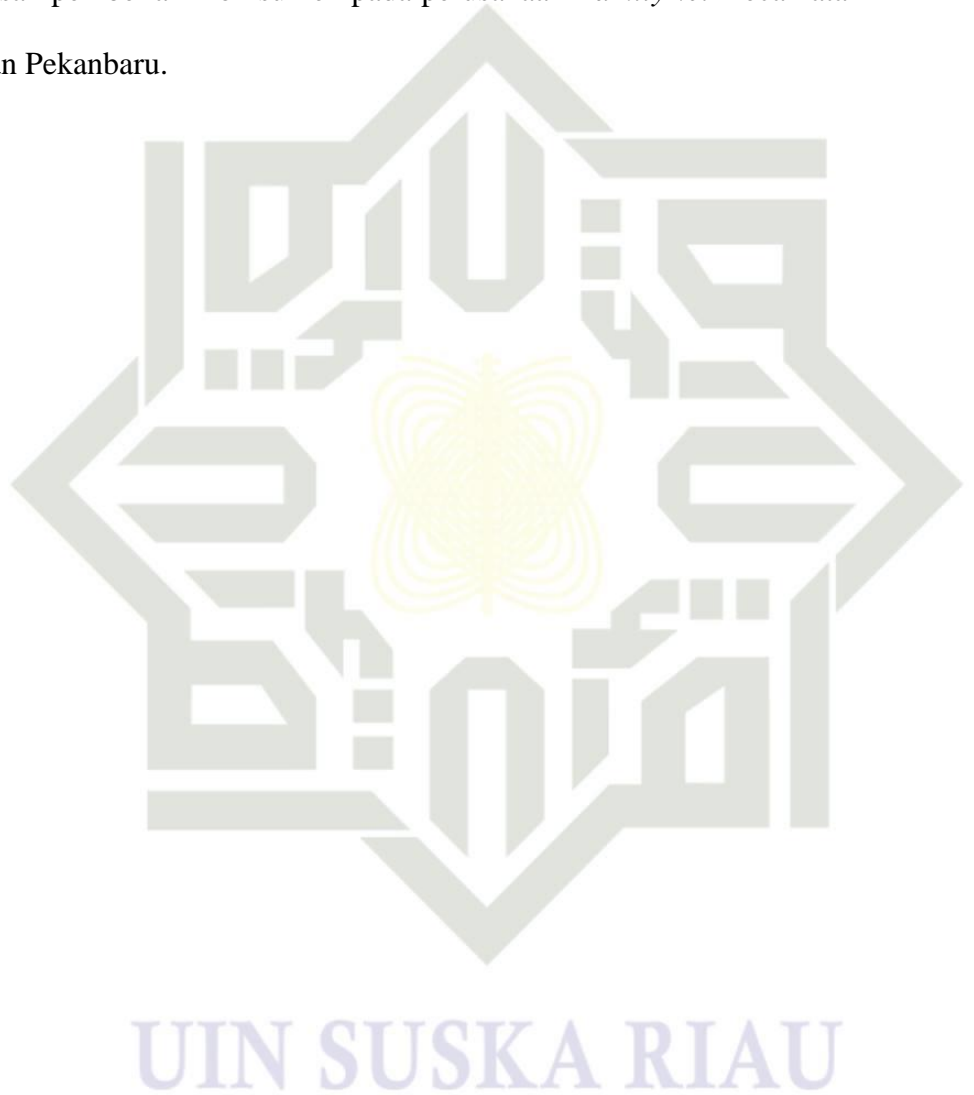
Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Komsumen pada perusahaan *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.

H2: Diduga Lokasi berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian Komsumen pada perusahaan *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.

H3: Diduga Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian Komsumen pada perusahaan *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.

3.2

3.3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada FamilyNet Jl. Bulu Cina, Kec. Tampan kota Pekanbaru Riau. Waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2019 sampai Oktober 2020.

3.2 Jenis Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Data Primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau dalam bentuk file—file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

- 2) Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

3.3 Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, metode yang digunakan penulis:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kusioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua individu atau objek yang diperoleh untuk digenerasikan. Dengan kata lain populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti. Menurut **Noor (2011:138)** apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan yang berkunjung di *FamilyNet* dari tahun 2017-2019 sebanyak 196.642 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang kita ambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian.

Dalam pelaksanaan penelitian, prosedur pengambilan sampel berdasarkan teknik *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan (Sugyono 2006:96).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} =$$

$$n = \frac{196.642}{1 + 196.642 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{196.642}{1 + 196.642 (0,01)}$$

$$n = \frac{196.642}{1966,43}$$

$$n = 99,99 \longrightarrow \text{dibulatkan menjadi } 100$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (10%)

3.5 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012: 206) yang dimaksud dengan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 30 dengan menggunakan rumus:

$$\gamma = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

γ : Keputusan Pembelian

α : Bilangan konstanta

b_1, b_2 : Koefesien regresi x_1, x_2

x_1 : Kualitas Layanan

x_2 : lokasi

e = Tingkat kesalahan (*error*)

3.6 Uji Kualitas Data

Sebelum analisis data dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji:

3.6.1 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, Reabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

6.2 Uji validitas

Validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuisisioner dari responden benar-benar sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak.

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai R_{hitung} harus berada di atas 0,3 hal ini dikarenakan jika nilai R_{hitung} lebih kecil dari 0,3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya daripada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri dari:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Pengujian dilakukan dengan melihat penyebab data (titik) pada suhu diagonal dari grafik sketer plot, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

7.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t . jika ada, berarti terdapat autokorelasi. Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D-W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D-W$ diantara 1.5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi

3.7.3 Uji Multikolonieritas

Tujuan utama adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya *korelasi* antar variabel independen digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dalam penelitian adalah dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF) yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut: $VIF = \frac{1}{(1-R^2)}$. Dimana R^2 merupakan koefisien determinasi, Bila koreksi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar. Bila VIF besar dari 10 maka dianggap ada multikolonieritas dengan variabel bebas lainnya

3.7.4 Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarized. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas
- b) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7.5 Analisis Linear Berganda

Menurut **Sugiyono (2013: 275)** analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X₁ = Kualitas Layanan

X₂ = lokasi

b₁ = Koefisien regresi untuk Kualitas Layanan

b₂ = Koefisien regresi untuk lokasi

e = *Error*

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji T

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variable bebas secara individu mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistik t.

Menurut **Sugiyono, (2012)** rumus uji statistik t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai hitung

r = Koefisien korelasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

n = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian jasa di *FamilyNet* kecamatan tampan Pekanbaru.
- 2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat berpengaruh pada Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian jasa di *FamilyNet* kecamatan tampan Pekanbaru.

3.8.2 Uji F

Menurut **Sugiyanto, (2011)** uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terganggunya maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit*. Sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok atau *not fit*.

Dalam penelitian ini variabel independen Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap variabel perantara yaitu Keputusan Pembelian atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi variabel dependen. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka: H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian jasa di *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.

- b) Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka: H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian jasa di *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut **Suliyanto (2011)** Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat *korelasi* dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

0	= Tidak Berkorelasi
0,1 – 0,20	= Sangat Rendah
0,21 – 0,40	= Rendah
0,41 – 0,60	= Agak Rendah
0,61 – 0,80	= Cukup
0,81 – 0,99	= Tinggi
1	= Sangat Tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Perusahaan *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru

FamilyNet merupakan salah satu usaha perorangan yang bergerak pada jasa penyewaan internet, dikenal dengan sebutan Warung Internet atau Warnet, didirikan pada 5 Mei 2012. Pemilik *FamilyNet* bernama M. Abduh Al Hanif, beliau merupakan alumni Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, dan sekarang sedang melanjutkan studi Magister di Pascasarjana UIN Suska Riau Jurusan Manajemen Pendidikan Islam. *FamilyNet* didirikan pada bulan Mei tahun 2012 di lingkungan sekitar kampus UIN Suska Riau, tepatnya di Jalan Buluh Cina, Panam - Kota Pekanbaru, yang mana sebagian besar mahasiswa bertempat tinggal didaerah tersebut, karena target pasar *FamilyNet* adalah mahasiswa dan pelajar. Pada awalnya jumlah komputer yang dimiliki *FamilyNet* adalah 8 unit komputer, yang terdiri dari 1 unit komputer operator dan 7 unit komputer klien, dan sekarang (Tahun 2020) *FamilyNet* memiliki 2 cabang dengan total komputer berjumlah 75 unit komputer. *FamilyNet* didirikan oleh pemiliknya atas dasar pengembangan minatnya terhadap ilmu komputer dan jaringan, yang mana bertolak belakang dengan latar belakang pendidikan yang beliau jalani.

Keunggulan yang dimiliki *FamilyNet* memberikan layanan akses internet yang stabil dan cepat. Namun pelayanan yang ditawarkan oleh *FamilyNet* tidak fokus pada jasa penyewaan internet saja. *FamilyNet* menawarkan banyak layanan, diantaranya layanan *printing*, *scanning*, pengetikan, penyusunan karya ilmiah, serta layanan-layanan pendukung dalam membantu administrasi dan proses perkuliahan mahasiswa. Salah satu inovasi dari *FamilyNet* adalah penyediaan data center *file multimedia*, yaitu kumpulan file musik, film, *software* dan *game* yang bisa diakses dan di *copy* oleh pelanggan melalui komputer klien. Mengingat file-file tersebut memiliki ukuran yang cukup besar, dan memakan waktu dalam proses *download*, serta membutuhkan kuota internet yang besar pula, maka pemilik *FamilyNet* berinisiatif untuk menyediakan file-file tersebut untuk di *share* kepada pelanggan yang melakukan *log-in billing* di komputer klien *FamilyNet*. Tarif yang ditawarkan *FamilyNet* adalah Rp. 4000 / Jam, dengan fasilitas komputer yang memadai, tempat ibadah sholat, toilet, area tunggu, penjaga parkir motor, dan layanan operator yang kompeten. *FamilyNet* juga menyediakan beraneka macam makanan ringan dan minuman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menciptakan layanan yang mempermudah segala Adminitrasi dan Kebutuhan Mahasiswa atau Pelajar dalam proses perkuliahan atau belajar mengajar, serta mejadikan usaha warnet yang Sehat.

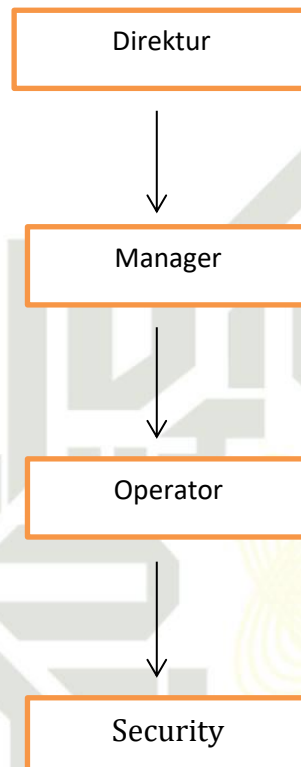
2.2.2 Misi Perusahaan

Mengoptimalkan dan menyediakan berbagai layanan untuk menunjang proses perkuliahan atau belajar mengajar pelanggan dan Memblokir Situs-situs yang terindikasi pornografi, judi, *phising* atau malware, sara ataupun proxy.

4.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan alat bantu bagi pimpinan untuk mempermudah mengkoordinir seluruh fungsi yang ada dalam mencapai tujuan akhir. Struktur organisasi juga dapat diartikan sebagai suatu alat organisasi yang akan memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dan hubungan dalam suatu organisasi serta pendelegasian wewenang dan tanggung jawab baik secara vertical maupun horizontal. Dengan kata lain struktur organisasi dapat mencerminkan adanya hubungan-hubungan kerja antara tugas, fungsi wewenang dan tanggung jawab masing-masing orang atau bagian dalam suatu organisasi.

Struktur Organisasi Perusahaan



1. Direktor

- a) Menjalankan bisnis perusahaan
- b) Memimpin seluruh karyawan dalam menjalankan bisnis perusahaan
- c) Menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan
- d) Menetapkan dan merumuskan strategi bisnis perusahaan
- e) Memilih staf-staf yang membantu di bawahnya, biasanya level General

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau..



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f) Manager, senior manager bahkan manager
- g) Menyetujui anggaran tahunan perusahaan
- h) Menyampaikan laporan kepada pemegang saham
- i) Meningkatkan *performance* perusahaan

2. Manager

mengatur dan mengawas karyawan dalam melaksanakan tugas tugasnya.

3. Operator

- a) sebagai admin *billing* selama *FamilyNet* beroperasi
- b) memberikan layanan-layanan yang diperlukan pelanggan (*printing, scanning, pengetikan, dll*)

4. Security

menjaga dan menyusun kendaraan motor pelanggan, serta menjaga keamanan di area *FamilyNet*.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian pada warnet *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.
2. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian pada warnet *FamilyNet* Kecamatan Tampan Pekanbaru.
3. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,672 Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Lokasi secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 67,2% terhadap perilaku Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 32,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka saran yang dapat penulis berikan sesuai dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kualitas layanan yang di berikan *FamilyNet* kepada konsumen sudah baik. Namun, untuk meningkatkan keputusan pembelian *FamilyNet* perlu meningkatkan kinerjanya pada dimensi *Tangible* yaitu pada penampilan pegawai yang sebaiknya memakai pakaian seragam atau baju kemeja saat bertugas, dan juga pada dimensi *Responsiveness* dimana karyawan harus tanggap terhadap masalah yang di hadapi oleh pengunjung di *FamilyNet*.
2. Lokasi pada *FamilyNet* sudah strategis, yaitu terletak di jalan bulu cina Kecamatan Tampan Pekanbaru. Jalan Bulu Cina merupan salah satu akses jalan menuju kampus UIN SUSKA RIAU. Karena terletak di sekitar pekarangan kampus, *FamilyNet* dengan mudah diketahui oleh orang banyak. Untuk lebih menarik perhatian pengunjung penulis menyarankan untuk ketersediaan lahan parkir yang lebih luas lagi, dan selalu di jaga oleh karyawan *FamilyNet* untuk lebih meningkatkan segi kenyamanan pengunjung.
3. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

1. Al – Qur'an dan Terjemahan

Christina, US. 2010. *Strategi Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.

Setiadi, Nugroho. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono, 2014. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. 2014. *pemasaran jasa perinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. *strategi Marketing*. Edisi III, Edisi Ketiga Yogyakarta: CV. Andi Offset

Sumber Jurnal:

Danny Aditya, 2012. “*Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Warnet[skripsi]*”. (Studi Pada Pengguna Warnet Bangjoe Jl. Simongan, Semarang). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Haryanto, 2013. *“Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado”*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Pasca Sarjana, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Shazali. 2010. *“Analisis Pengaruh lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan membeli [skripsi]”*. Universitas Diponegoro.
- Ligia Goncalves Moniz Barreto, 2017. *“Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Memakai Jasa Warnet”*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Nelly Nurhaeni, 2014. *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Warnet Jatake di Tangerang[skripsi]”*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rizqa RT. 2012, *“Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah unruk menabung di bmt sumber mulya[skripsi]”*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.
- Winarto, 2017. *“Persepsi Kualitas Layanan Warung Internet Di Kota Medan”*. Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia.



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada :

konsumen FamilyNet Kecamatan Tampan Pekanbaru

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Yandi Wahyudi Mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mengenai : **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di FamilyNet Kecamatan Tampan Pekanbaru”**

Sehubungan dengan itu saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya demi kelancaran penelitian ini.

Atas partisipasi dan kerjasamanya peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

UIN SUSKA RIAU

Yandi Wahyudi
11671101333

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Saudara/i diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada kuesioner ini yang sesuai dengan keadaan, pendapat dan perasaan Saudara/i, bukan berdasarkan pendapat umum atau orang lain.
2. Kuesioner ini hanya bisa di isi apabila Saudara/i telah menggunakan jasa warnet FamilyNet lebih dari 3 (tiga) kali.
3. Berikanlah tanda (X) atau (√) pada kolom yang Saudara/i anggap sesuai menurut persepsi Sdra/i.
4. Saya ucapkan terima kasih atas ketersediaan Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

B. Keterangan

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C Identitas Responden

Petunjuk: Berilah tanda (✓) untuk pilihan yang paling sesuai dengan diri Anda.

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Umur :

Pendidikan : ☐ SMP ☐ SMA ☐ Diploma
☐ S1 ☐ S2

Pekerjaan : ☐ Pelajar ☐ Mahasiswa
☐ Karyawan/ Karyawati ☐ Wiraswasta
☐ PNS ☐ Lainnya,...



D. Pernyataan

1. Kualitas Layanan (X1)

a. Bukti Fisik (Tangible)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	<i>FamilyNet</i> memiliki peralatan fisik pendukung, seperti kamar kecil dan ruang tunggu yang bersih.					
2	Penampilan pegawai <i>FamilyNet</i> rapi.					
3	<i>FamilyNet</i> memiliki peralatan teknologi yang modern.					
4	Penampilan fisik dan tata ruang <i>FamilyNet</i> bersih dan rapi.					
5	<i>FamilyNet</i> memiliki jumlah komputer yang banyak sehingga tidak perlu mengantri lama.					

b. Kesigapan (Responsiveness)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Pegawai <i>FamilyNet</i> cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.					
2	Pegawai <i>FamilyNet</i> tanggap untuk dimintai bantuan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Karyawan <i>FamiliNet</i> ramah dalam memberikan pelayanan.					
4	Karyawan <i>FamilyNet</i> mampu berkomunikasi dengan baik.					
5	Karyawan <i>FamilyNet</i> handal dalam memberikan pelayanan.					

c. Keandalan (Reliability)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	<i>FamilyNet</i> tepat waktu dalam memberikan pelayanan.					
2	<i>FamilyNet</i> handal dalam menghadapi masalah berkaitan dengan internet.					

d. Jaminan (Assurance)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya pegawai <i>FamilyNet</i> mempunyai keahlian dan kompetensi terhadap tugas mereka.					
2	Saya merasa aman ketika pegawai <i>FamilyNet</i> memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.					



e. Empati (emphthy)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Pegawai <i>FamilyNet</i> mengerti apa yang saya butuhkan					
2	Pegawai <i>FamilyNet</i> dapat memahami keluhan/masalah saya dan dapat memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi.					

2. Lokasi (x2)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi <i>FamilyNet</i> mudah untuk dijangkau.					
2	<i>FamilyNet</i> memiliki tempat parkir yang memadai bagi pengunjungnya.					
3	<i>FamilyNet</i> memiliki tempat parkir yang aman.					
4	<i>FamilyNet</i> dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan.					
5	<i>FamilyNet</i> berada didekat pusat keramaian.					
6	<i>FamilyNet</i> mempunyai ukuran					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bangunan yang cukup luas.

c. Pengambilan Keputusan (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan jasa <i>FamilyNet</i> untuk memenuhi kebutuhan.					
2	Saya mendapatkan informasi tentang <i>FamilyNet</i> dari teman dekat atau orang lain					
3	Setelah saya menggunakan jasa warnet di <i>FamilyNet</i> , saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke warnet <i>FamilyNet</i> .					
4	Saya sangat puas setelah menggunakan jasa <i>FamilyNet</i> .					
5	Saya akan melakukan kunjungan ulang setelah menggunakan jasa <i>FamilyNet</i> .					



lampiran 2 : Tabulasi Tanggapan

Hak Cipta UIN Suska Riau	kualitas layanan																	Total	lokasi						Total	Kualitas Layanan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	p17		p18	p19	p20	p21	p22	P23		P24	P25	P26	P27			
1	4	2	3	3	5	2	2	3	4	2	3	3	4	3	2	3	48	1	5	4	2	5	2	19	3	5	3	4	5	20		
2	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	4	2	3	2	4	2	17	4	4	4	4	5	21		
3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	62	4	3	4	4	4	3	22	4	2	3	3	4	16		
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	61	4	3	2	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20		
5	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	51	4	2	3	3	3	2	17	3	2	3	3	4	15		
6	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20		
7	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	61	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	20		
8	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	59	4	4	4	4	4	3	23	3	4	3	3	3	16		
9	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	25		
10	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	50	3	3	3	3	4	3	19	3	4	3	3	3	16		
11	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	74	5	4	4	5	5	3	26	5	5	5	5	5	25		
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5	4	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	25		
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	25		
14	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	56	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	20		
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	67	4	4	4	4	4	3	23	5	5	5	5	5	25		
16	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62	5	3	4	3	3	3	21	4	5	4	4	4	21		
17	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	62	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20		
18	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	50	4	1	1	3	5	2	16	4	5	4	3	3	19		
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	60	4	3	3	3	4	3	20	3	4	3	5	3	18		
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	3	3	4	3	3	20	4	4	4	3	5	20		
21	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	70	3	5	5	5	3	4	25	5	5	4	4	5	23		
22	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	65	5	3	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	20		
23	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58	4	2	3	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19		
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	63	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20		
25	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	74	4	4	3	2	5	4	22	5	5	4	5	5	24		
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	19		
27	3	5	2	5	5	4	4	3	3	2	5	4	5	4	5	5	63	3	4	3	5	5	5	25	3	5	4	4	5	21		
28	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	59	5	4	3	4	4	4	24	3	3	4	5	3	18		
29	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	24		
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	59	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	3	3	17		

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	59	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	3	3	17
4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4	4	4	3	4	5	24	4	5	5	4	4	22
4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	60	5	4	4	4	5	4	26	5	5	4	26	5	5	4	4	3	21
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	4	4	4	3	5	4	24	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	57	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	62	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	22	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	24	4	4	4	4	5	21
3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	62	5	3	4	4	4	4	24	3	2	4	24	3	2	4	3	4	16
5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	74	5	1	3	3	5	2	19	4	4	4	19	4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	58	5	4	4	4	5	3	25	5	5	3	25	5	5	3	4	4	21
5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	69	5	5	4	3	5	4	26	5	3	5	26	5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	30	5	5	5	4	5	24
2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	59	5	5	5	3	3	4	25	3	4	3	25	3	4	3	5	4	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	62	3	4	4	4	4	4	23	4	2	4	23	4	2	4	4	4	18
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	68	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	29	5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	68	3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	72	5	3	4	5	5	3	25	4	3	4	25	4	3	4	5	5	21
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	60	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	23	4	5	4	4	4	21
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	68	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	25	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	24	4	5	4	4	3	20
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	76	5	5	3	4	5	5	27	5	5	5	27	5	5	5	5	5	25
4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	68	3	4	3	4	4	3	21	4	5	5	21	4	5	5	4	5	23
3	5	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2	1	1	40	3	2	3	2	4	5	19	1	2	4	19	1	2	4	2	1	10
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	74	5	5	5	4	5	4	28	5	4	4	28	5	4	4	4	5	22
4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	3	4	4	4	3	22	4	3	4	22	4	3	4	4	4	19
3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	53	4	4	3	4	4	3	22	3	4	3	22	3	4	3	3	3	16
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	62	5	4	3	3	5	3	23	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	65	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	27	5	4	5	4	4	22

Hak cipta	4
titik	4
di	5
Muska	3
Riau	3
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80																				



Lampiran 3 : Output Data Olahan

Variabel 1 : Kualitas Layanan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations																	
	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	total
q1 Pearson	1	,432**	,460**	,474**	,355**	,455**	,521**	,563**	,518**	,481**	,522**	,329**	,391**	,374**	,432**	,448**	,635**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106
q2 Pearson	,432**	1	,449**	,416**	,343**	,564**	,510**	,466**	,320**	,424**	,389**	,457**	,363**	,432**	,404**	,297**	,614**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106
q3 Pearson	,460**	,449**	1	,363**	,341**	,480**	,450**	,462**	,400**	,378**	,327**	,501**	,379**	,359**	,398**	,362**	,597**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106
q4 Pearson	,474**	,416**	,363**	1	,377**	,544**	,489**	,532**	,447**	,517**	,520**	,322**	,387**	,460**	,444**	,329**	,641**
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

q 5	Pearson Correlation	,35 5**	,34 3**	,34 1**	,37 7**	1	,37 5**	,32 9**	,36 7**	,28 2**	,32 3**	,33 6**	,40 4**	,36 6**	,46 3**	,35 0**	,24 9*	,52 3**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 1	,00 0	,00 3	,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,01 0	,00 0
	N	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6
q 6	Pearson Correlation	,45 5**	,56 4**	,48 0**	,54 4**	,37 5**	1	,71 2**	,74 0**	,51 1**	,63 5**	,57 9**	,52 6**	,45 5**	,55 1**	,57 5**	,49 0**	,76 3**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6
q 7	Pearson Correlation	,52 1**	,51 0**	,45 0**	,48 9**	,32 9**	,71 2**	1	,84 2**	,69 0**	,74 0**	,61 5**	,54 2**	,57 8**	,66 8**	,74 0**	,58 4**	,80 7**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 1	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6
q 8	Pearson Correlation	,56 3**	,46 6**	,46 2**	,53 2**	,36 7**	,74 0**	,84 2**	1	,69 7**	,71 9**	,65 8**	,46 0**	,58 5**	,60 5**	,65 3**	,56 7**	,81 5**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6
q 9	Pearson Correlation	,51 8**	,32 0**	,40 0**	,44 7**	,28 2**	,51 1**	,69 0**	,69 7**	1	,67 0**	,61 1**	,46 7**	,48 2**	,48 9**	,49 9**	,45 6**	,66 5**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,00 3	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
	N	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6	10 6



q	Pearson	,48	,42	,37	,51	,32	,63	,74	,71	,67	1	,73	,52	,43	,60	,68	,53	,76
1	Correlatio	1**	4**	8**	7**	3**	5**	0**	9**	0**		4**	2**	6**	0**	8**	6**	7**
0	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	tailed)	0	0	0	0	1	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
q	Pearson	,52	,38	,32	,52	,33	,57	,61	,65	,61	,73	1	,46	,52	,51	,66	,53	,72
1	Correlatio	2**	9**	7**	0**	6**	9**	5**	8**	1**	4**		5**	8**	7**	6**	9**	8**
1	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00
	tailed)	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
q	Pearson	,32	,45	,50	,32	,40	,52	,54	,46	,46	,52	,46	1	,53	,52	,47	,54	,67
1	Correlatio	9**	7**	1**	2**	4**	6**	2**	0**	7**	2**	5**		5**	6**	6**	3**	9**
2	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00
	tailed)	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
q	Pearson	,39	,36	,37	,38	,36	,45	,57	,58	,48	,43	,52	,53	1	,63	,64	,66	,71
1	Correlatio	1**	3**	9**	7**	6**	5**	8**	5**	2**	6**	8**	5**		8**	7**	8**	9**
3	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00
	tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
q	Pearson	,37	,43	,35	,46	,46	,55	,66	,60	,48	,60	,51	,52	,63	1	,71	,57	,75
1	Correlatio	4**	2**	9**	0**	3**	1**	8**	5**	9**	0**	7**	6**	8**		4**	5**	2**
4	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00
	tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© H e

Hak Cii

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

q	Pearson	,43	,40	,39	,44	,35	,57	,74	,65	,49	,68	,66	,47	,64	,71	1	,68	,81
1	Correlatio	2**	4**	8**	4**	0**	5**	0**	3**	9**	8**	6**	6**	7**	4**		4**	6**
5	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00
	tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
q	Pearson	,44	,29	,36	,32	,24	,49	,58	,56	,45	,53	,53	,54	,66	,57	,68	1	,71
1	Correlatio	8**	7**	2**	9**	9*	0**	4**	7**	6**	6**	9**	3**	8**	5**	4**		0**
6	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,01	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00
	tailed)	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
to	Pearson	,63	,61	,59	,64	,52	,76	,80	,81	,66	,76	,72	,67	,71	,75	,81	,71	1
tal	Correlatio	5**	4**	7**	1**	3**	3**	7**	5**	5**	7**	8**	9**	9**	2**	6**	0**	
	n																	
	Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
	tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

an

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	16

ty of Sultan Syarif Kasim Riau





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	59.2170	55.848	.618	.936
q2	59.4057	55.881	.568	.938
q3	59.0566	57.025	.554	.938
q4	59.0943	55.267	.604	.937
q5	58.9245	57.347	.473	.940
q6	59.0189	54.819	.756	.933
q7	59.0472	54.712	.833	.932
q8	59.0660	54.596	.825	.932
q9	59.0377	55.922	.689	.935
q10	59.1792	54.682	.774	.933
q11	59.1887	54.821	.737	.934
q12	59.0755	56.489	.644	.936
q13	59.1132	56.044	.678	.935
q14	59.0566	56.054	.732	.934
q15	59.2075	54.718	.769	.933
q16	59.1604	55.412	.664	.935

Stage 1
Variabel 2: Lokasi

Correlations

		q17	q18	q19	q20	q21	q22	total
q17	Pearson Correlation	1	,196*	,314**	,387**	,337**	,265**	,527**
	Sig. (2-tailed)		,044	,001	,000	,000	,006	,000
	N	106	106	106	106	106	106	106
q18	Pearson Correlation	,196*	1	,627**	,440**	,287**	,513**	,602**
	Sig. (2-tailed)	,044		,000	,000	,003	,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106	106
q19	Pearson Correlation	,314**	,627**	1	,466**	,140	,503**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,153	,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106	106



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

q20	Pearson Correlation	,387**	,440**	,466**	1	,278**	,422**	,575**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,004	,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106	106
q21	Pearson Correlation	,337**	,287**	,140	,278**	1	,218*	,488**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,153	,004		,025	,000
	N	106	106	106	106	106	106	106
q22	Pearson Correlation	,265**	,513**	,503**	,422**	,218*	1	,518**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000	,025		,000
	N	106	106	106	106	106	106	106
total	Pearson Correlation	,527**	,602**	,600**	,575**	,488**	,518**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	106	106	106	106	106	106	106

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q17	19.0283	7.761	.406	.770
q18	19.5094	6.328	.617	.717
q19	19.5000	6.595	.622	.716
q20	19.3774	7.037	.581	.729
q21	19.0189	8.152	.340	.782
q22	19.4623	6.727	.568	.731

Variabel 3: Keputusan Pembelian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		q23	q24	q25	q26	q27	total
q23	Pearson Correlation	1	,377**	,605**	,583**	,641**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106
q24	Pearson Correlation	,377**	1	,338**	,333**	,305**	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	106	106	106	106	106	106
q25	Pearson Correlation	,605**	,338**	1	,478**	,511**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106
q26	Pearson Correlation	,583**	,333**	,478**	1	,571**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	106	106	106	106	106	106
q27	Pearson Correlation	,641**	,305**	,511**	,571**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000
	N	106	106	106	106	106	106
total	Pearson Correlation	,779**	,489**	,738**	,692**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	106	106	106	106	106	106

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.806	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted



Hak Cipta

© H

UIN

Islam

Syarif Kasim Riau

q23	16.0283	4.637	.721	.727
q24	16.1038	5.027	.411	.838
q25	16.0472	5.303	.618	.764
q26	16.0283	5.113	.630	.758
q27	15.9434	4.778	.648	.750

Hasil Output Data

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi, Layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 ^a	.672	.665	.31484	2,070

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Layanan

b. Dependent Variable: Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,904	2	10,452	105,445	.000 ^b
	Residual	10,210	103	.099		
	Total	31,114	105			

a. Dependent Variable: Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Layanan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,262	,262		1,001	,319					
Layanan	,706	,082	,644	8,633	,000	,800	,648	,487	,573	1,745
Lokasi	,249	,078	,238	3,197	,002	,659	,300	,180	,573	1,745

a. Dependent Variable: Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Layanan	Lokasi
1	1	2,985	1,000	,00	,00	,00
	2	,009	17,912	,94	,07	,31
	3	,006	22,985	,05	,93	,69

a. Dependent Variable: Pembelian

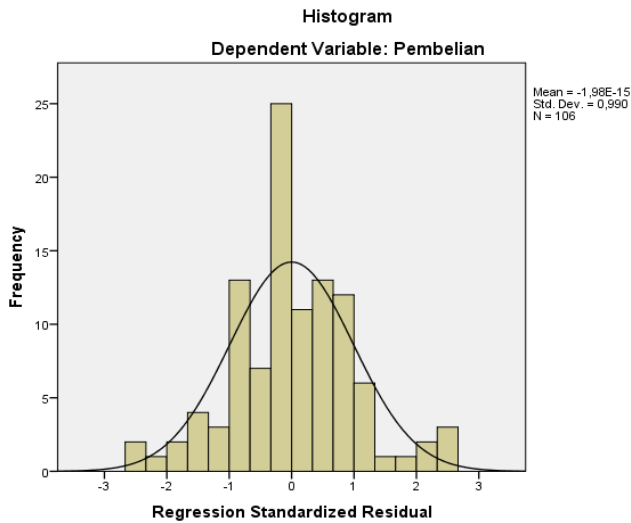
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,8163	5,0385	4,0075	,44619	106
Std. Predicted Value	-2,670	2,311	,000	1,000	106
Standard Error of Predicted Value	,031	,105	,050	,018	106
Adjusted Predicted Value	2,9020	5,0546	4,0067	,44580	106
Residual	-,81628	,83055	,00000	,31183	106

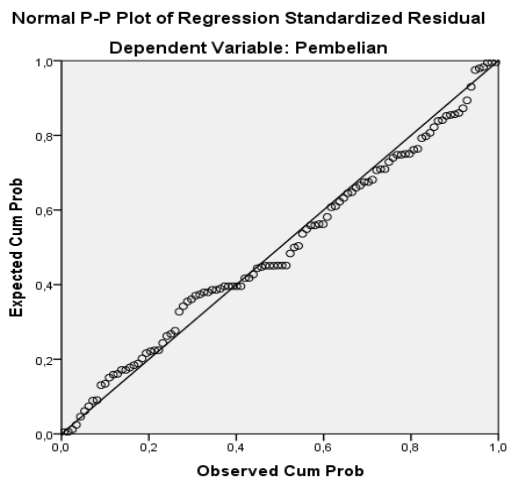
Std. Residual	-2,593	2,638	,000	,990	106
Stud. Residual	-2,725	2,698	,001	1,010	106
Deleted Residual	-,90201	,86864	,00081	,32436	106
Stud. Deleted Residual	-2,816	2,785	,002	1,025	106
Mahal. Distance	,019	10,634	1,981	2,254	106
Cook's Distance	,000	,260	,014	,036	106
Centered Leverage Value	,000	,101	,019	,021	106

a. Dependent Variable: Pembelian

a R



[s]



rif Kasim Riau

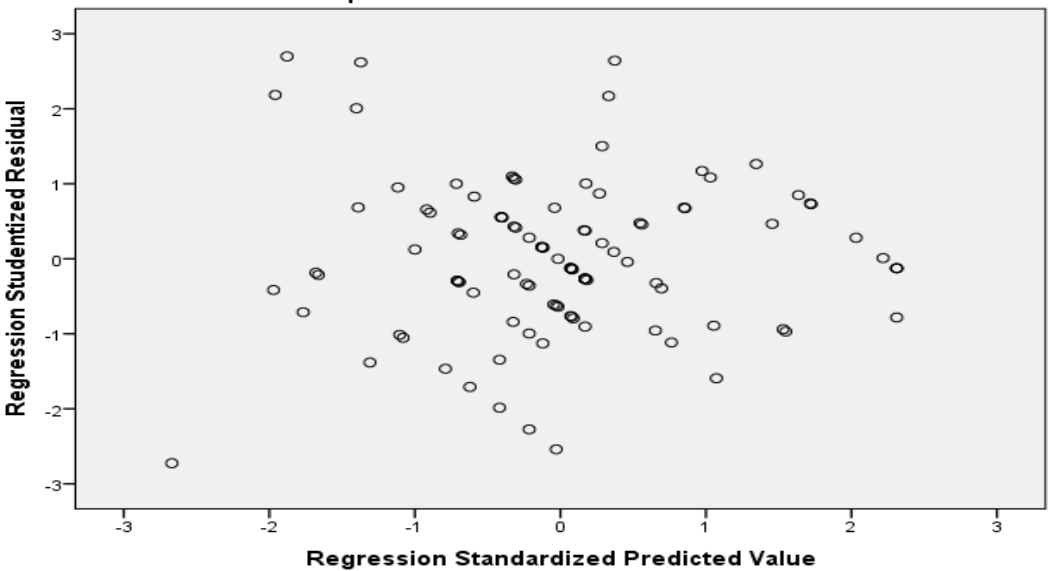
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Scatterplot
Dependent Variable: Pembelian



© H e

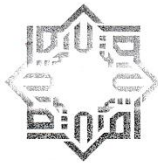
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 4 : Surat Menyurat



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

au Nomor : Un.04/F.VII.I/PP.00.9/5901/2020 Pekanbaru, 09 Oktober 2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukkan Dosen Pembimbing Proposal**

Kepada
Yth. M. Rachmadi, SE, MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Yandi Wahyudi
NIM : 11671101333
Prodi : Manajemen S1
Semester : VII (Tujuh)

Dengan ini kami menunjuk Saudara sebagai Dosen Konsultasi dalam menyelesaikan Proposal Penelitian mahasiswa tersebut di atas dengan judul :
"Pengaruh kualitas Layanan, Word of Mouth dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian Jasa di Family Net Pekanbaru".

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan,
Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga

Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, SE, M.Si, Ak, CA
NIP. 19751112 199903 2 001

Tembusan :
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII.I/PP.00.9/1938/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Pekanbaru, 2 Juni 2020 M
10 Syawwal 1441 H

Kepada
Yth. M. Rachmadi, SE, MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

Nama : Yandi Wahyudi
NIM : 11671101333
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Familynet Kecamatan Tampan Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan

Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Pengembangan Lembaga,



Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA
NIP. 1971121999032001

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau



FAMILYNET

WARUNG INTERNET MULTIMEDIA

Nomor : 035/SK/FN.WIM/XII/2020
Perihal : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran :-

Yang bertanda tangan dibawah ini Direktur Family.Net | Warung Internet Multimedia menerangkan bahwa :

Nama : Yandi Wahyudi
NIM : 11671101333
Universitas : Universitas Islam Negeri Riau
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Family.Net Kecamatan Tampan Pekanbaru

Waktu Penelitian : Desember 2019 sampai dengan Oktober 2020

Mahasiswa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Family.Net | Warung Internet Multimedia yang beralamatkan Jl. Buluh Cina No. 3/4 Kelurahan Tuahmadani Kecamatan Tampan Panam Pekanbaru, dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 7 Desember 2020

Direktur

M. ABDUH AL HANIF

Jl. Buluh Cina No. 4 Panam

0852 7888 8446

familynetwork1234@gmail.com

www.familynet.co.id



BIOGRAFI PENULIS



Nama lengkap **Yandi Wahyudi** lahir di Tapung Hilir, 10 Juni 1998. Lahir dari pasangan Bapak Ahmad Nur dan Ibu Nelawati. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara. Pada tahun 2004 menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 015 Desa Kota Garo dan lulus pada tahun 2010. Pada tahun 2010 melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 03 Desa Kota Garo dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun itu juga melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Tapung dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur SBMPTN. Penulis kemudian mengambil konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Leban, Kecamatan Bandar Laksamana, Kabupaten Bengkalis selama dua bulan. Penulis melaksanakan *job training* di Kantor Walikota Pekanbaru selama dua bulan pada tahun 2018. Pada tanggal 10 November 2020 dinyatakan Lulus melalui Sidang Akhir dan berhak menyandang gelar Serjana Ekonomi (S.E).